

1. CONSUMER SATISFACTION

2. CONSUMER BEHAVIOR

kk

B224/03

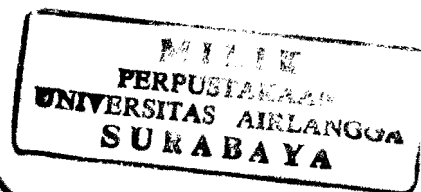
Ris

a

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN ATAS
KUALITAS JASA TERHADAP NIAT BERPERILAKU KLIEN
CV CA COMMUNIART DI SURABAYA**

SKRIPSI

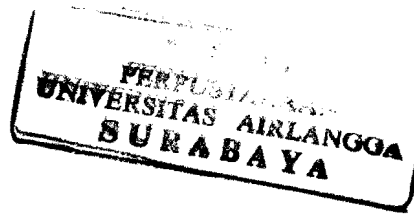
**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



Diajukan Oleh

**DANY RISDIANTO
No. Pokok : 049615205**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2003**



SKRIPSI

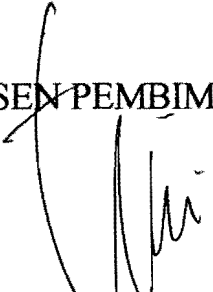
**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN ATAS
KUALITAS JASA TERHADAP NIAT BERPERILAKU KLIEN
CV CA COMMUNIART DI SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH :

**DANY RISDIANTO
NIM. 049615205**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH


DOSEN PEMBIMBING,



Sri Hartono, SE., M.Si.

TANGGAL 09 Agustus 2003

KETUA PROGRAM STUDI,



DR. H. Amiruddin Umar, SE

TANGGAL 2 September 2003

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepuasan atas kualitas jasa terhadap niat berperilaku klien CV CA Communiart di Surabaya.

Menurut Cronin et. al. (2000:197,222) melalui penelitian yang mereka lakukan, menjelaskan bahwa kepuasan atas kualitas jasa berpengaruh secara langsung terhadap niat berperilaku seorang pelanggan dan kepuasan pelanggan akan mampu memberikan pengaruh yang potensial terhadap niat berperilaku.

Kelimpuluh tujuh responden telah mengisi kuesioner dan menjadi sumber data penelitian ini. Dengan teknik *pearson product moment correlation* dan teknik *cronbach alpha*, data penelitian ini telah memenuhi syarat valid dan reliabel. Uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan variabel terikat niat berperilaku klien CV CA Communiart di Surabaya dan variabel bebas kepuasan atas kualitas jasa yang terdiri dari kepuasan atas dimensi berwujud, kepuasan atas dimensi keandalan, kepuasan atas dimensi cepat-tanggap, kepuasan atas dimensi kepastian, dan kepuasan atas dimensi empati.

Persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

$$Y = -0,578 + 0,223X_1 + 0,247X_2 + 0,254X_3 + 0,196X_4 + 0,241X_5$$

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh hasil bahwa kepuasan atas dimensi berwujud, kepuasan atas dimensi keandalan, kepuasan atas dimensi cepat tanggap, kepuasan atas dimensi kepastian, dan kepuasan atas dimensi empati berpengaruh secara signifikan secara bersama-sama yang ditunjukkan melalui uji F, dimana nilai Fhitung (72,759) lebih besar daripada Ftabel (2,396) maupun parsial yang ditunjukkan melalui uji t, dimana nilai t-hitung $X_1=2,647$, $X_2=2,031$, $X_3=2,306$, $X_4=2,038$, dan $X_5=3,309$ yang lebih besar daripada t-tabel (2,004) terhadap niat berperilaku klien CV CA Communiart di Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran untuk CV CA Communiart di Surabaya adalah selalu memantau kebutuhan pelanggannya atas kecepatan penanganan penyelenggaraan kegiatan *below the line promotion* dan kecepattanggapan konsultan maupun karyawan pihak CV CA Communiart dalam menangani keluhan yang diajukan oleh klien agar penilaian pelanggan terhadap kepuasan yang dirasakan atas kualitas jasa yang ditawarkan oleh CV CA Communiart di Surabaya secara keseluruhan dapat dipertahankan, bahkan meningkat. Berdasarkan rata-rata penilaian responden terhadap variabel kepuasan atas dimensi empati, menunjukkan nilai terendah diantara kepuasan atas dimensi kualitas jasa yang lainnya. Hal ini hendaknya menjadi peringatan bagi CV CA Communiart, agar dapat meningkatkan penilaian terhadap kepuasan yang dirasakan klien atas dimensi empati, sehingga dapat berada pada tingkat yang sama nilainya dengan keempat dimensi kualitas jasa lainnya, oleh karena itu dapat ditempuh dengan cara meningkatkan layanan CV CA Communiart secara personal terhadap klien atau meningkatkan pemahaman konsultan dan karyawan terhadap keinginan klien yang spesifik. Dengan demikian, diharapkan klien akan mempunyai penilaian yang tinggi tentang kepuasan yang mereka rasakan sehingga dapat mendorong niat berperilaku yang tinggi yang tampak dalam niat mengatakan hal positif tentang CV CA Communiart, niat merekomendasikan CV CA Communiart pada rekan atau pihak lain yang ingin mendapatkan nasehat, dan niat melakukan pembelian ulang pada perusahaan CV CA Communiart.